

strategie



## LISANZA UNA NUOVA ERA

Importante rilancio per l'azienda lombarda con un percorso di re-design del brand, nuovi assetti nella gamma di prodotto e la nascita di due collezioni, *Lisanza Beachwear* e *New Sculpt*

**N**el corso dei suoi cent'anni di storia **LISANZA** si è sempre distinta come azienda di maglieria e intimo di altissima qualità, punto di riferimento nel settore in fatto di materiali pregiati e capi dalle rifiniture minuziose, tipico della migliore manifattura italiana. L'anima del Maglificio Lisanzese e i suoi valori sono il fulcro da cui è partita la nuova proprietà, MRP srl che di recente ha acquisito l'azienda, per rilanciare Lisanza e creare un nuovo futuro per il marchio. Il **CEO Marco Calleri** ci spiega cosa prevede la costruzione di questa nuova identità sia dal punto di vista creativo che strategico: "Il rilancio del brand ha rappresentato la strada obbligata dalla quale

passa più in generale il rilancio dell'azienda nel suo complesso. Nello specifico, rilanciare il brand ha significato intraprendere un percorso estremamente articolato al fine di definire il posizionamento di mercato, individuare la "brand essence", eseguire il restyling del logo e associarlo a un opportuno e coerente payoff istituzionale, definire la nuova immagine quale matrice della nuova campagna istituzionale e di tutto l'advertising che rappresenta il nuovo posizionamento di marca. Ultimo, ma non per importanza, ridisegnare un nuovo assetto di gamma di prodotto coerente con il percorso di re-design del brand".

Per la comunicazione, la proprietà ha deciso di affidarsi a Dolci Advertising storica agenzia di Torino, con l'obiettivo di creare la nuova identità di marca e dare a Lisanza la notorietà che si merita come eccellenza italiana. "Lisanza è conosciuta e riconosciuta - quindi con un elevato tasso di fidelizzazione da parte della consumatrice - in particolare per la cura e attenzione maniacale che pone nella fabbricazione dei propri prodotti, la scelta delle migliori materie prime, la funzionalità che i prodotti offrono. Il tutto abbinato a un gusto intramontabile nel tempo; questi sono i capisaldi ai quali Lisanza mantiene fede e non rinuncia quando progetta nuovi prodotti o estensioni di gamma".



Due modelli della nuova collezione mare *Lisanza Beachwear* per l'estate 2021. Nella pagina accanto. Intero con coppe arricciate e accessorio décor. In questa pagina. Stampa firmata Ratti per il coordinato reggiseno e slip regolabile ai fianchi.



E parlando di prodotto e di stile, due grandi novità vengono presentate in casa Lisanza, due nuove collezioni che arricchiscono l'offerta di qualità del brand, *Lisanza Beachwear* e *New Sculpt*. **Rosanna Buccaro, Head of style&product**, ci racconta i motivi di questa segmentazione: *"Il mare è una naturale estensione di gamma per chi crea e produce collezioni di corsetteria, e il mercato mondiale negli ultimi quattro anni è cresciuto esponenzialmente nel settore beachwear, mostrando forte potenzialità soprattutto nel segmento adulto a cui noi puntiamo, per gusto e vestibilità. Lo shapewear che noi abbiamo progettato come completamento della nostra collezione Permanent, è un prodotto fortemente richiesto dal mercato e quindi un naturale completamento della nostra offerta di corsetteria. Lo abbiamo progettato con molta attenzione verso aspetti tecnici che privilegiano il fit e il comfort, ma anche con un'estetica tutta italiana"*.

**LISANZA BEACHWEAR** presenta costumi ricercati realizzati con pregiati tessuti comaschi e impreziositi da ricami fatti a mano e lavorazioni artigianali. La vestibilità è attentamente studiata, grazie alla maestria del brand nella corsetteria, con coppe differenziate dalla B alla D, e fodere contenitive per esaltare morbidezza e sensualità. A completamento fuori acqua raffinati non solo relegati al contesto beachwear ma anche ideali da indossare come citywear fresco e di tendenza.

Tre proposte della nuova collezione di corsetteria modellante di Lisanza, *New Sculpt*.

**NEW SCULPT** è la nuova linea di corsetteria modellante con l'obiettivo di armonizzare le forme femminili con tessuti tecnici e ad alte prestazioni, sempre nel rispetto del comfort. Tecnologia e innovazione si sposano con l'estetica e il saper fare italiano, esprimendosi in reggiseno, guaine, body, sottovesti e sottogonne modellanti, che offrono alle clienti un modo diverso di tornare alla propria naturalezza femminile, con una gamma taglie capace di vestire dalla coppa B alla coppa E. *"Entrambe le collezioni, rigorosamente made in Italy, sono orientate al nostro target di consumer, ovvero donne che hanno una particolare attenzione verso la comodità e l'estetica dei capi, che amano il prodotto italiano fatto con la cura e l'artigianalità che da sempre contraddistingue l'offerta Lisanza"*, afferma Rosanna Buccaro. Riguardo ai punti vendita a cui sono indirizzati Marco Calleri dice: *"Il mercato di riferimento attuale sia nazionale che internazionale attualmente è costituito da multibrand di elevato standing oltre a key account, distributori e department store. Questo rimane comunque il nostro mix di canali con una particolare attenzione allo sviluppo di key account e department store internazionali"*.

Fantasia raffinata a tinte vitaminiche per il reggiseno con nodo centrale abbinato ai pantaloni ampi a vita alta, della nuova collezione mare *Lisanza Beachwear* per l'estate 2021.

